

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



«ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ І УПРАВЛІННІ»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 2



**Одеса
2020**

ЗНАЧЕННЯ ТА МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ

Вирлан Т. К.¹, Гострик О. М.²

¹ – студентка 4 курсу 47 гр., факультет міжнародної економіки,

² – канд. екон. наук, доцент, кафедра економічної кібернетики та інформаційних технологій

Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Вирлан Т. К., Гострик О. М. Значення та можливості використання інформаційних технологій в туризмі. Розглянуто актуальність та доцільність використання сучасних інформаційних технологій в туристичній індустрії. Проведено аналіз деяких сучасних програм автоматизації роботи підприємств сфери туризму. Визначено переваги застосування систем електронного бронювання туристичними підприємствами. Наведено практичні напрямки використання мережі Інтернет в організації роботи туризму.

Ключові слова: туризм, інформаційні технології, програмне забезпечення, туристичне підприємство.

Вырлан Т. К., Гострик О. М. Значение и возможности использования информационных технологий в туризме. Рассмотрены актуальность и целесообразность использования современных информационных технологий в туристической индустрии. Проведен анализ некоторых современных программ автоматизации работы предприятий сферы туризма. Определены преимущества применения систем электронного бронирования туристическими предприятиями. Наведены практические направления использования сети Интернет в организации работы туризма.

Ключевые слова: туризм, информационные технологии, программное обеспечение, туристическое предприятие.

Virlan T. K., Hostryk A. M. The value and possibilities of using information technology in tourism. The relevance and feasibility of using modern information technologies in the tourism industry are considered. The analysis of some modern automation programs for tourism enterprises. The advantages of using electronic booking systems by tourism enterprises are determined. Practical directions of the use of the Internet in the organization of tourism have been identified.

Keywords: tourism, information technology, software, tourist enterprise.

Вирлан Т. К., Гострик О. М. Значення та можливості використання інформаційних технологій в туризмі // Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2020. Вип. 2. С. 44–50.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сьогоднішній день сучасне життя, виробництво, туризм та інші сфери діяльності не обходяться без використання інформаційних технологій, оскільки кожна область потребує інформаційного обслуговування і переробки великої кількості інформації. Найоптимальнішим і універсальним засобом для обробки інформації вважається комп'ютер, який використовується як підсилювач інтелектуальних людських здібностей. Основною проблемою є те, як впровадити в туристичну сферу інформаційні технології так, щоб це було доречно й принесло максимальну користь та підвищення туристичних технологічних ресурсів.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Серед науковців, які досліджують сучасний стан та можливі перспективи розвитку інформаційних технологій в туризмі: В. М. Геець, О. Г. Агеєнко, В. Г. Антоненко, Д. І. Басюк, Н. О. Благополучна, Т. І. Божук, Л. І. Грняк, Г. Г. Дишкантук, І. В. Журило, А. Д. Каурова, К. Ю. Коваленко, І. О. Комарніцький, А. М. Расулова, Д. О. Харенко, Є. П. Шольц-Куліков та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз публікацій показує, що недостатня увага приділяється розгляду застосування баз даних в роботі підприємств сфери туризму. Застосування баз даних в діяльності туристичного підприємства дозволяє організувати і забезпечити накопичення даних з продажу, партнерам, постачальникам, обробляти накопичені дані, формувати на їх основі тури, відстежувати обсяги збуту і проводити маркетингові дослідження як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства і багато іншого.

Мета статті. Мета статті полягає у розкритті доцільності та визначенні переваг застосування сучасних інформаційних технологій в туристичній індустрії, окресленні напрямків їх використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах за рахунок інформаційних технологій з'являється можливість управляти великими потоками інформації із застосуванням обчислювальної техніки. По суті, вони є комплексом технологічних і інженерних наук, які необхідні для організації життєдіяльності сучасного суспільства: можуть обробляти інформацію, зберігати й передавати її на великі відстані. Швидко зростаючий потенціал інформаційних технологій так само швидко скорочує витрати в сфері виробництва, при цьому полегшує і покращує рівень життя, відкриваючи нові можливості для людей. Так як нові інформаційні технології з'являються в кожній сфері життя, сьогодні все складніше уявити своє життя без них. Важко назвати хоч одну область, де не впроваджені такі технології. Варто відзначити, що важливі виробничі процеси, які забезпечують життєдіяльність людини, будь-який спектр послуг або відпочинок – все працює за допомогою інформаційних технологій.

Туризм є сферою зростаючого застосування інформаційних технологій. Наявність персонального комп'ютера з встановленим пакетом офісних програм дозволяє туристичному підприємству більш ефективно

виконувати рутинні функції, пов'язані з документообігом підприємства. Разом з тим слід зазначити, що основою застосування програмного забезпечення в туристичному бізнесі є використання баз даних [8].

Побудова туристичних баз даних в масштабах одного туристичного підприємства можлива як із застосуванням програмного продукту Microsoft Access, так і на основі спеціальних продуктів, призначених для розробки спеціалізованих додатків на основі баз даних (Microsoft Fox Pro, Delphi і ін.). Таким чином, навіть не вдаючись до спеціалізованого програмного забезпечення, туристичне підприємство в змозі розробити і застосувати додатки для автоматизації багатьох виробничих процесів.

Якщо ж говорити про спеціалізоване програмне забезпечення туристичного підприємства, то необхідно відзначити, що в основному застосування отримали українські та зарубіжні пакети програм, в т.ч. російські, орієнтовані на автоматизацію діяльності туристичного підприємства. Найбільш вдалимими програмами автоматизації роботи туристичних підприємств вважаються програмні продукти фірми «САМО-СОФТ» (програми «САМО-турагент», «САМО-тур», «САМО-incoming», «САМО-тургид», «САМО-hotel»), фірми «МЕГАТЕК» (програми «МАСТЕР-тур», «МАСТЕР-web», «MASTER-interlook», «MASTER-interlook web») та ін.

CRM-система «САМО-турагент» – професійна програма для туристичних агентств, яка розроблена на базі реальних бізнес-процесів. «САМО-турагент» дозволяє вирішити важливі завдання для автоматизації турфірми і досягти стратегічних цілей бізнесу. Цей комплекс передбачає можливості роботи в єдиній корпоративній системі, яка автоматизує щоденну роботу: підбір турів, авіа та залізничних квитків; обробка замовлень і ведення бази клієнтів; оформлення продажів турпослуг; розрахунок вартості з урахуванням усіляких комісій, знижок і доплат; фінансовий, управлінський облік.

Комплекс програм «Само-тур» має чотири основні режими роботи: ведення інформаційних довідників, створення турів, обслуговування клієнтів и автоматизація бухгалтерії. Основними користувачами цього програмного продукту є турфірми, екскурсійні бюро, електронні магазини, які розробляють і реалізують різноманітні екскурсійні маршрути, продають квитки, організують різноманітні заходи, а також надають додаткові супутні послуги туристам.

«САМО-тургид» допомагає автоматизувати процес створення і продажу екскурсійних маршрутів: облік заявок і замовлень; взаємодія з гідями, партнерами; взаємодія з туристами. Переваги системи – створення маршрутів і послуг, онлайн-бронювання для туристів і робота із заявками.

«Майстер-Тур» – софт для туроператорів (туристичних компаній). Цей програмний комплекс охоплює всі основні аспекти діяльності туроператора – від створення прайс-листа і каталогів до реалізації турпродукту, від розрахунку реальної собівартості до ведення взаєморозрахунків з постачальниками, від оперативного обліку до управлінського.

Цей програмний комплекс складається з декількох функціональних блоків: блоку формування турів; реалізації туристичного продукту; роботи з партнерами; фінансового; адміністративного; довідкового. У програмі є гнучкий механізм формування цін, що дозволяє вводити диференційовані ціни на одну й ту ж послугу, що надається різними партнерами або пропоновану різним клієнтам, задавати комісійні (у відсотках або частці). За допомогою цієї програми можна вести довідники партнерів, країн, міст, готелів, трансферів, транспортних засобів, екскурсій, авіаперельотів, основних і допоміжних послуг.

У порівнянні з іншими системами автоматизації туристичного офісу головною перевагою програмного комплексу «Майстер-тур» є можливість функціонування в режимі віддаленого доступу, що дозволяє, наприклад, організувати роботу мереж «туроператор – агентства», «туроператор – філії (представництва)».

«Майстер-Web» – веб-додаток, який є комплексним рішенням. Функціонально – це і програма для туризму і система онлайн бронювання туру і інтернет-магазин. До основних функцій і можливостей програми «Майстер-Web» можна віднести: автоматичну публікацію прайс-листів та цін на послуги туроператора на сайті; пошук і підбір за виставленими на сайті турам; публікацію на сайті інформації про вільні місця і зупинках продажів в готелях в реальному режимі часу; публікацію на сайті розкладу і наявності місць на рейсах в реальному режимі часу; можливість бронювання турів з сайту в базу «Майстер-туру».

Програма «Майстер-Web» складається з декількох функціональних блоків:

- «Адміністрування» – призначений для підготовки інформації, яка виставляється на сайт, ведення бази зареєстрованих користувачів і налаштувань програми;
- «Бронювання» – набір динамічних екранів, які відображають розміщену на сайті інформацію про послуги.

Використання персональних комп'ютерів у діяльності туристичних підприємств має значно більший ефект в разі об'єднання всіх комп'ютерів в локальну мережу. Використання мережових рішень дає можливість створювати декілька взаємопов'язаних робочих місць, що, в свою чергу, дозволяє розподілити базу даних підприємства між різними користувачами (робочими місцями), і реалізувати так званий електронний документообіг, тобто створити «безпаперовий» офіс. Таким чином, стає можливим організувати більш повне накопичення даних в базі даних підприємства, забезпечити їх розподіл між користувачами, щоб кожен робітник фірми мав змогу зайти у створений системою «безпаперовий» офіс та знайти й виділити потрібну інформацію.

Концепція «безпаперового» офісу не обмежується виключно перекладом документообігу в електронний вигляд, а розглядає можливості управління підприємством (функції планування, організації і контролю).

Слід зауважити, що застосування мережевих рішень в туристському бізнесі (локальні мережі) здатне підвищити якість роботи служби продажів туристського підприємства, так як забезпечує персонал з продажу ефективним інструментом отримання відомостей про наявність вільних місць у груповому турі, про зміни та перерахунки цін та ін. Разом з тим, дані про здійснені продажі стають доступними бухгалтерії, службі маркетингу, економічній службі, що дозволяє враховувати економічні показники господарської діяльності, здійснювати їх аналіз за різними напрямками.

Застосування систем електронного бронювання туристськими підприємствами надає широкі можливості по створенню і комплектації різного роду турів, та здатне задовольнити найрізноманітніші потреби туристичного ринку. До незаперечних переваг систем електронного бронювання відносяться швидкість роботи і розміщення замовлень, широта охоплення туристських послуг, глобальний підхід (бронювання практично в будь-якій точці світу), скорочення витрат туристського підприємства на пошук партнерів і постачальників туристських послуг, можливість роботи за конфіденційними тарифами з великою кількістю постачальників, гарантована якість замовлених послуг, а також можливість масового виробництва турів з урахуванням індивідуальних особливостей і побажань кожного клієнта.

Розвиток систем електронного бронювання є одним із специфічних напрямків розвитку інформаційних систем. Інший, не менш важливий напрям розвитку, пов'язаний з формуванням так званих глобальних мереж і перш за все мережі Інтернет. Розвиток інтернет-технологій став можливим завдяки тісній інтеграції комп'ютерних та комунікаційних технологій. Протягом останнього десятиліття мережа Інтернет стрімко розвивалася, удосконалювалися лінії зв'язку, збільшилися пропускні спроможності, розвивалося програмне забезпечення. На сьогоднішній день мережа Інтернет перетворилася на глобальну інформаційну систему, яка не має кордонів [5].

Використання мережі Інтернет в організації туризму має в даний час декілька практичних напрямків.

Перший напрямок – це використання інформаційних можливостей мережі Інтернет як джерела інформації для проведення різного роду досліджень і аналізу з метою організації туристичної діяльності: при проведенні досліджень і аналізі стану та напрямків розвитку туризму, при пошуку партнерів, отриманні інформації про країну, її культуру, пам'ятки, історію, найбільш привабливі місця з точки зору туризму, отриманні інформації про кліматичні умови, погоду, розклад рейсів авіакомпаній, поїздів і т. д. Однак слід зазначити, що широкі інформаційні можливості мережі Інтернет є не тільки її перевагою, але й мають недолік – потреба у великій кількості часу на пошук і обробку необхідної інформації.

Другим напрямком застосування мережі Інтернет стало створення спеціалізованих сайтів, які надають послуги бронювання і резервування туристичних послуг подібно системам електронного бронювання.

Розвиток інтернет-сервісів, що пропонують послуги для професійної роботи, може розглядатися в якості одного з прикладів так званої електронної комерції. Однак слід розрізняти створення власного сайту та відкриття так званого віртуального магазину. Створення власних web-сторінок або інтернет-сайтів є на сьогодні важливим елементом у здійсненні маркетингової стратегії підприємств туризму в мережі Інтернет. Web-сторінка туристичної компанії може стати свого роду візитною карткою компанії і рекламним каталогом турів, що пропонуються нею. Крім цього, web-сторінка може бути важливим елементом в організації самої туристичної діяльності компанії, зокрема, стати інструментом для розширення контактів з партнерами або виконувати функції прийому замовлень клієнтів на придбання різних турів.

З поширенням засобів електронного платежу, розвитком комунікаційних мереж і зростанням кількості потенційних користувачів мережі Інтернет виникає реальна можливість створення віртуального туристичного бюро. При створенні такого бюро туристична компанія отримує можливість розширити географію свого збуту, залучити додаткових клієнтів. Однак, як і у випадку з віртуальним магазином, необхідно враховувати, перш за все, важливість персонального підходу до кожного клієнта.

Туризм, як відомо, являє собою сферу діяльності, де дуже важливу роль відіграють відносини «людина – людина». Сприйняття і придбання туристської послуги, її споживання в чималій ступені залежать від якості цих відносин, тому особистісний підхід до кожного клієнта надзвичайно важливий для досягнення кінцевої мети туристичного підприємства. У свою чергу, те, що сьогодні пропонується у сфері електронної комерції, швидше нагадує широко відомий принцип самообслуговування в торгівлі, де покупцеві надається можливість самостійного вибору тих чи інших товарів, погодившись з особистими уявленнями про їх якість, рівень виготовлення, популярність марки і т. д. В діяльності туристичної компанії такий підхід, як правило, не прийнятний, оскільки потенційний турист в більшій мірі не поінформований про ті властивості і якості, якими характеризується той чи інші туристичний продукт [1]. В процесі знайомства із запропонованим туром споживач, як правило, потребує допомоги, консультації чи поради кваліфікованого співробітника туристичного підприємства щодо вибору найкращого туру, комплектації його додатковими послугами.

Висновки з даного дослідження. Підводячи підсумок, можна зазначити, що застосування сучасних персональних комп'ютерів, офісного та спеціального програмного забезпечення дозволяє туристичному підприємству ефективно вирішувати багато завдань в таких напрямках, як: розробка необхідної документації; забезпечення належного документообігу; підготовка договорів та угод; облік результатів господарської діяльності; аналіз результатів господарської діяльності; маркетингові дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища; ведення баз даних за клієнтами, партнерами, продажами і т. д.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ведерников В. П. Деловой туризм как сегмент рынка гостеприимства // Курорты. Сервис. Туризм. 2014. № 1 (22). С. 30–34.
2. Гострик А. М., Степаненко Е. А., Сокурено П. И. Моделирование маркетинговой стратегии компании методом системной динамики // Аналіз сучасних економічних процесів та інформаційні технології : матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції: в 6 т. Днепропетровск : К. О. Біла, 2011. Т. 4: Математичні методи та моделі в менеджменті та маркетингу. С. 21–23.
3. Гострик О. М., Клепікова О. А. Оцінка та аналіз програмного забезпечення побудови корпоративних додатків для малого та середнього бізнесу // Моніторинг, моделювання та менеджмент емерджентної економіки : збірник наукових праць VI Міжнародної наук.-практ. конф. (Одеса-Черкаси, 24-26 травня). Черкаси : видавець Ольга Вовчок, 2017. С. 100–102.
4. Лазовская С. В., Ермоленко Н. Ю. Ключевые компетенции человеческого фактора как ядро интеграционного механизма в сфере услуг // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2012. С. 267–272.
5. Лазовский В. Ф., Маймула Г. В. Перспективы развития туристического комплекса // Проблемы управления развитием организации и опыт подготовки менеджеров. Сборник научных статей. Краснодар : Изд-во ЮИМ, 2014. С. 48–51.
6. Моделювання економічних процесів : навч. посіб. / П. І. Островський, О. М. Гострик, Т. П. Добрунік, О. В. Радова. Одеса : ОНЕУ, 2012. 132 с.
7. Никитина И. А. Роль социального фактора в увеличении производительности труда // Экономика и предпринимательство. 2014. № 11-3. С. 574–576.
8. Кучеренко И. М. Стратегия обучения и развития персонала в сфере гостеприимства // Социально-экономический ежегодник-2014. Сборник научных статей. Краснодар : Изд-во ЮИМ, 2014. С. 164–168.
9. Methodological Approach to Determining the Strategy Efficiency of the Economic Mechanism Development for Innovation Implementation at Engineering Enterprises / Alla Cherep, Olexandr Cherep, Iryna Mendela, Alexey Hostryk, Hanna Moskaliuk // 7th International Conference on Modeling, Development and Strategic Management of Economic System (MDSMES 2019). Advances in Economics, Business and Management Research, Volume 99. p. 272–276. Copyright © 2019, the Authors. Published by Atlantis Press. ISBN 978-94-6252-800-0.